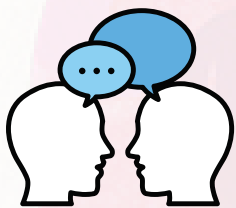
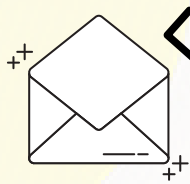
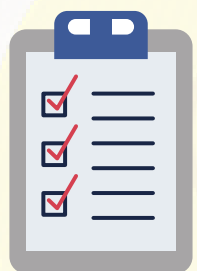



# 5X1000 - CAMPAGNA 2024



**KIT**





# LINEE GUIDA

## Campagna 5x1000

### Ed. 2024

In dichiarazione dei redditi ogni contribuente può scegliere di destinare una quota pari al 5x1000 dell'imposta sul reddito delle persone fisiche (IRPEF) ad Enti non profit iscritti al Runtis, inclusi nell'elenco permanente degli enti beneficiari.

Il 5x1000 rappresenta per gli Enti aderenti alla rete Associativa Anffas una grande opportunità. È importante dotarci di apposite linee guida in modo da consentire ad ognuno di avere una serie di indicazioni operative ma soprattutto di coordinare la nostra attività e rendere la comunicazione più omogenea possibile.

L'intento di questo manualetto è quindi quello di supportare gli Enti aderenti ad Anffas nell'elaborazione e nella promozione della campagna 2024 del 5x1000. Il nostro obiettivo è quello di far sì che, attraverso un'attività il più possibile coordinata ad ogni livello, si possa raggiungere per l'anno 2024 un forte incremento del numero di scelte e valorizzare, allo stesso tempo, l'operatività dell'intera rete Anffas.

Siamo pienamente consapevoli che nel campo del 5x1000 vi è una grande concorrenza tra gli Enti e pertanto non è per nulla semplice o scontato che si riesca a trovare spazi per "attrarre" scelte in favore delle nostre strutture associative, ma allo stesso tempo riteniamo che ogni possibile tentativo vada posto in essere.

Al contempo riteniamo fermamente che la potenzialità di Anffas tutta ci permetterà non solo di ricevere la fiducia dei contribuenti già sensibilizzati alla nostra causa, ma di poter attrarre chi non ha, prima d'oggi, effettuato una scelta consapevole per la destinazione del proprio 5x1000.

Negli scorsi anni abbiamo ottenuto dei grandi risultati, di cui possiamo ritenerci soddisfatti.

Nel complesso, per il 2022 (ultima annualità disponibile), sommando le singole assegnazioni, ci si è attestati sulle 50.517 preferenze con circa € 1.653.546,54 di somme destinate alle strutture Anffas

**Strutture associative Anffas per maggior numero di scelte:**

1. Fondazione Renato Piatti – numero scelte 1.714;
2. Capri Anffas Onlus – numero scelte 1.647;
3. Anffas Nazionale ETS-APS (Sede Nazionale) – numero scelte 1.526;
4. Anffas Patti APS – numero scelte 1.360;
5. Fondazione Anffas Macerata – numero scelte 1224.

**Strutture associative Anffas per maggior numero di importi ricevuti:**

1. Fondazione Renato Piatti – importo totale € 75.167,33;
2. Anffas Nazionale ETS-APS (Sede Nazionale) – importo totale € 50.419,90;
3. Capri Anffas Onlus – importo totale € 43.858,94;
4. Anffas Patti APS – importo totale € 37.621,00;
5. Trentino Anffas Onlus – importo totale € 37.076,79

L'auspicio è che il kit fornito per la campagna di comunicazione 5x1000 2024 - unitamente alle relative azioni coordinate messe in campo - possano portare Anffas ad incrementare le proprie entrate nell'annualità corrente.



## INDICE

<i>5X1000 e fundraising</i>	5
La mappa delle relazioni	7
Pianificare una campagna 5X1000	9
Gli obiettivi della campagna 5X1000	12
Elaborare una campagna 5X1000	13
Attività di comunicazione	16
Strumenti Online	17
Strumenti Offline	19
Imprese, Commercianti CAF e Professionisti	22
Staff dedicato alla campagna	25
Ulteriori indicazioni	26

# 5X1000 E FUNDRAISING

Il 5x1000 è uno degli strumenti di raccolta fondi.

È una forma di finanziamento da parte dello Stato ad organizzazioni ed iniziative senza finalità di lucro dove il contribuente ha una forma di autonomia e di sovranità che gli permette di scegliere a chi destinare parte della ricchezza pubblica da lui prodotta.

Si tratta di un meccanismo che NON comporta oneri aggiuntivi, dal momento che il contribuente sceglie semplicemente di destinare una quota della propria IRPEF, pari al 5%, a sostegno di organizzazioni non profit.

Il 5x1000 è un'importante opportunità di raccolta fondi e coinvolgimento, in primo luogo dei nostri associati e collaboratori e dei loro amici e familiari nonché volontari, sostenitori, etc.

Il contributo 5x1000 è infatti prezioso per il proseguimento dei progetti che Anffas, le sue strutture associative di grandi e piccole dimensioni ed i suoi collaboratori, stanno da tempo portando avanti.

Per raggiungere tali obiettivi, è necessaria una strategia efficace di comunicazione non improvvisata. I risultati migliori si ottengono con un lavoro di elaborazione e pianificazione di una strategia semplice e con gli strumenti più adeguati per un messaggio capillare rivolto a donatori, associati, volontari, etc. sul proprio territorio di competenza.

La finalità della campagna 5x1000 2024 è dunque quella di orientare le persone alla decisione di destinare il 5x1000 all'Associazione. Perciò sarà fondamentale tenere presente l'approccio che contraddistingue la raccolta fondi: costruire relazioni di fiducia tra NOI ed i potenziali contribuenti privilegiando le relazioni esistenti ma anche coinvolgendo, nel 2024, il cosiddetto "pubblico generico", puntando su una strategia comunicativa efficace.

Ufficio Relazioni Istituzionali,  
Advocacy e Comunicazione

# 5X1000 E FUNDRAISING

## ASSOCIAZIONE

### DEFINIRE LA MAPPA DELLE RELAZIONI



donatori



imprese



volontari



Istituzioni

### CHE TIPO DI RELAZIONE

PASSATO  
(tiepida)

PRESENTE  
(calda)

FUTURO  
(fredda)

### PIANIFICARE LA CAMPAGNA

1. definire obiettivi
2. organizzare le azioni da intraprendere
3. monitorare e valutare i risultati

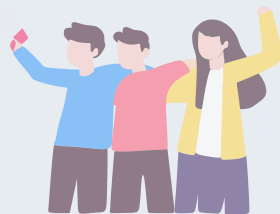
# LA MAPPA DELLE RELAZIONI

Le relazioni che faticosamente sono maturate nel tempo, con gli attuali donatori e/o con quei contatti che pur non avendo ancora donato seguono le attività di Anffas con interesse, devono essere attentamente mappate e monitorate dall'organizzazione.

Il *fundraising* riuscirà infatti tanto meglio quanto più le relazioni dell'organizzazione saranno numerose e ben tracciate.

La mappa delle relazioni è quindi la rete di contatti che circondano l'organizzazione, costituita da persone, organizzazioni, associazioni, istituzioni ed imprese:

- attualmente in relazione con l'organizzazione;
- che lo sono state in passato;
- che potranno esserlo in futuro.



Prima di definire una strategia di raccolta fondi tramite il 5x1000 è importante capire chi c'è intorno a noi e la tipologia di relazione che intercorre con tutti i soggetti.

Si suggerisce di considerare attentamente questo aspetto poiché una buona conoscenza della mappa relazionale vi aiuterà a trovare la modalità migliore per scegliere gli strumenti più adeguati per la vostra organizzazione.

Ad esempio, se all'interno della rete scorgete il proprietario di un'attività commerciale potreste pensare ad una proposta *ad hoc* per la sua realtà, proponendogli di affiggere e/o distribuire materiale informativo a vostro favore!



## ANDARE A GOAL IN 2 PASSI:

### Il primo passo: individuare le relazioni esistenti



In questa prima fase si vuole indicativamente conoscere la tipologia di interlocutori che circondano la nostra struttura e, per farlo, basta rispondere alle seguenti domande:

1. quali sono gli interlocutori con cui dialoghiamo quotidianamente? (es. *attuali donatori, volontari, beneficiari/utenti, collaboratori, fornitori, etc.*);
2. quali sono gli interlocutori con cui non abbiamo più rapporto da tempo?;
3. quali sono gli interlocutori con cui, ad oggi, non esiste una relazione diretta, ma che sono importanti da considerare per la costruzione della mappa relazionale?

### Il secondo passo: individuare il GRADO di calore

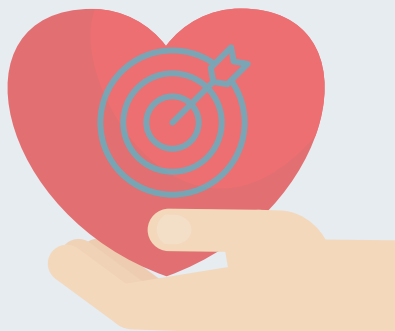
Il secondo passo ci porta a guardare al grado di calore della relazione ed in particolare a distinguere tre livelli:

1. è una **relazione forte**, diretta, quindi una relazione calda? Allora vorrà dire che saranno i primi contatti da coinvolgere;
2. è una **relazione tiepida**? Allora vorrà dire che sarà sufficiente rafforzare ulteriormente la relazione per coinvolgerli;
3. è una **relazione fredda**, non ci conoscono, ma crediamo che potrebbero essere interessati al nostro progetto? Allora vorrà dire che ancora di più dovremo impegnarci e dedicare loro maggiore tempo ed energia.

La pianificazione di una campagna 5x1000 è un processo che comprende le seguenti operazioni:

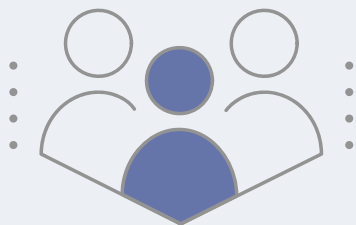
## 1. DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI:

- quanti sono stati i contribuenti che hanno scelto la nostra associazione nell'ultimo anno registrato?
- quante scelte puntiamo ad ottenere?
- quali sono state le azioni di successo?
- quali sono state le criticità affrontate?
- esistono nuovi margini di azione rispetto al passato? Quali?

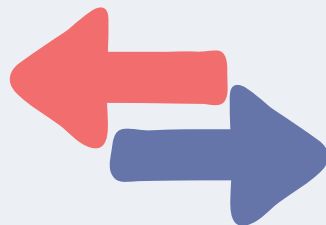


## 2. ELABORAZIONE DELLA CAMPAGNA 5X1000:

- target di riferimento;
- strumenti che si desiderano utilizzare: si consiglia di suddividere gli strumenti a seconda del target di riferimento (es. per un target giovane si punterà su strumenti online quali i social media, per un pubblico più adulto e lontano da noi chiedere collaborazione a punti di interesse sul territorio quali supermercati, biblioteche, farmacie, cliniche private, ospedali e quanti vorranno supportarvi!);
- risorse economiche e risorse umane da impiegare nell'attività;
- timing per le attività previste.



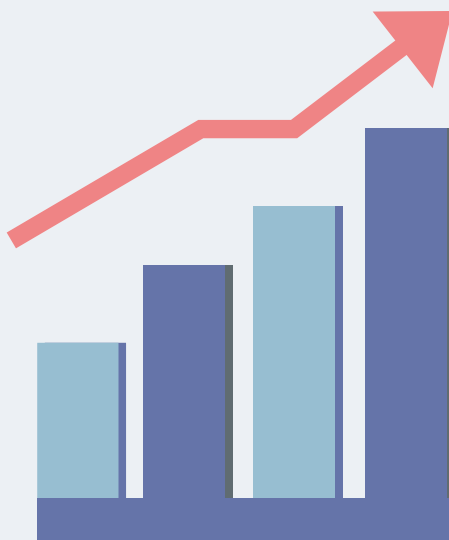
COMUNICAZIONE



PROMOZIONE

## 3. DEFINIZIONE DELLE PROCEDURE PER IL MONITORAGGIO:

- monitoraggio della campagna in corso (es. *quanti click ricevuti, quante promesse di devoluzione ricevute di persona, etc.*);
- valutazione finale della campagna;
- rendicontazione.



Si precisa che nel processo di realizzazione della strategia sarà necessario essere flessibili per evitare di rimanere troppo ancorati ad un piano e rischiare di perdere occasioni estemporanee non previste e non considerate nella costruzione della strategia generale.



Come precedentemente affermato, nel processo di pianificazione di una campagna 5x1000 è opportuno valutare e definire gli obiettivi che si vogliono raggiungere.

Ad esempio, per l'anno 2024, ci si prefigge di:

- accrescere il numero delle preferenze invitando le persone fisiche alla decisione di destinare il contributo alla nostra organizzazione (non solo quindi, confermare la scelta di chi ha già deciso di destinare il 5x1000 ad Anffas negli scorsi anni, ma attrarre nuovi contribuenti);
- valorizzare l'operato di Anffas e della sua rete sottolineando ai possibili utenti che il loro contributo verrà utilizzato per progetti ed azioni concrete e di quanto fondamentale questo contributo sia.



## I 5 STEP PER UNA BUONA PIANIFICAZIONE



### 1. Analisi di eventuali campagne passate

Nel caso in cui non fosse la prima volta che si affronta una campagna 5x1000, occorre ragionare sul pregresso:

- quali strumenti (offline e online) sono stati efficaci ed efficienti?
- come e in che misura hanno contribuito i volontari, soci e/o collaboratori?
- quali sono stati gli elementi di inefficienza?
- quali sono stati i risultati?

Fanno poi seguito alcuni quesiti preliminari, ma basilari, per far chiarezza sugli obiettivi tangibili:

- quante preferenze ci attendiamo dalla campagna 2023?
- quali risorse mettiamo a disposizione per veicolare la comunicazione?

### 2. Individuazione degli interlocutori da coinvolgere

Il passo successivo è perciò targettizzare il pubblico di riferimento a cui rivolgersi con tempi e strumenti adatti ai differenti profili.

Il target è distinguibile in due grandi gruppi: target diretti e target indiretti.

a. **TARGET DIRETTI** - sono tutti gli interlocutori a cui chiedere in modo diretto la destinazione del 5x1000 delle imposte.

b. **TARGET INDIRETTI** - sono gli interlocutori che hanno grande potenziale relazionale e sono da coinvolgere nella promozione della campagna 5x1000:

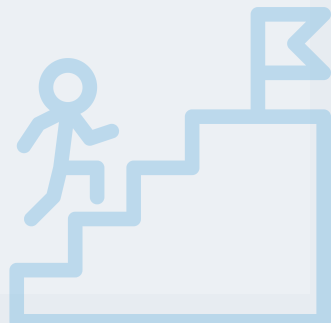
- associazioni di categoria;
- studi professionali;
- imprese e commercianti;
- media locali.

### 3. Definizione di un eventuale budget a disposizione

Si rende quindi necessario, ove possibile, definire il budget da investire esclusivamente per la campagna di promozione della raccolta fondi tramite il 5x1000.

Nella definizione del budget si considerino ad esempio:

- strumenti online (es. inserzioni Facebook a pagamento, intervento tecnico per la creazione/aggiornamento del sito, etc.);
- strumenti offline (es. realizzazione grafica e stampa di opuscoli, locandine, bigliettini, etc.);
- risorse umane impiegate.



## 4. Scelta degli strumenti di comunicazione da realizzare

In relazione alle risorse disponibili è necessario selezionare gli strumenti più appropriati per rendere la campagna 5x1000 efficace.

Gli strumenti sono funzionali a:

- fidelizzare le relazioni esistenti, alimentando la fiducia verso l'organizzazione;
- creare opportunità per entrare in relazione con nuovi interlocutori.

Si pensi a strumenti innovativi (ma economici) di comunicazione. Ad esempio, se uno degli associati possiede un bar, si potrebbe richiedere di far stampare dietro agli scontrini fiscali lo slogan della campagna 5x1000 e il codice fiscale dell'associazione.

## 5. Realizzare piano e calendario delle attività da svolgere

Si rende ora necessario realizzare un piano strategico d'azione considerando tutte le variabili a cui abbiamo fatto riferimento precedentemente. È importante fare un elenco dettagliato di tutte le azioni che si vogliono mettere in atto e calendarizzarle.

**Attenzione!** Le somme percepite a titolo di 5x1000 non possono a loro volta essere utilizzate per finanziare le spese di pubblicità sostenute per la campagna di sensibilizzazione sulla destinazione della quota del 5x1000, pena la restituzione dell'intero ammontare utilizzato impropriamente.



# ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

Quando si pianificano le comunicazioni relative alla campagna del 5x1000 è sempre necessario comunicare e mettere bene in evidenza:

- il Codice Fiscale dell'Associazione;
- il nome dell'organizzazione per intero;
- indicare dove inserire il Codice Fiscale e la firma;
- specificare che donare è semplice, non ha alcun costo e non si sostituisce alle scelte dell'8x1000 e/o del 2x1000;
- l'indirizzo web dove trovare maggiori informazioni;
- i progetti finanziati con l'ultimo 5x1000 ricevuto, ove possibile.

## Metodologia:

- rappresentare la rendicontazione di quanto è stato sviluppato con i precedenti contributi del 5x1000;
- rappresentare l'impatto sociale realizzato attraverso i precedenti contributi del 5x1000;
- indicare le modalità di comunicazione trasparente durante l'esecuzione del progetto finanziato con il contributo del 5x1000.

## Obiettivi:

- comunicare con la propria mappa relazionale;
- comunicare con nuovi possibili interlocutori;
- raccogliere nuovi nominativi;
- aggiornare e rendicontare.



Si consiglia di utilizzare i materiali realizzati e forniti da Anffas Nazionale al fine di rendere uniforme la comunicazione sull'intero territorio:

## a. Materiale da editare:

- Locandina scaricabile e banner in home page;
- Pagina dedicata sul sito istituzionale;
- Copertine temporanee per i social network;
- Firma mail personalizzata;
- Hashtag (#) personalizzato per i social.

## b. E-mail o DEM:

- un messaggio di testo snello che rimandi alla pagina istituzionale;
- newsletter dedicata.

## c. Post Social:

- se previsto da budget creare post sponsorizzati su Facebook alternati a post in crescita organica con contenuti diversi tutto sempre rigorosamente accompagnato dal codice fiscale.

I post andranno pianificati a intervalli regolari (uno o due a settimana), sia per aumentare la fanbase sia per interessare un pubblico più allargato.



## d. Creatività:

- si pensi ad esempio a microinterviste flash in cui i vostri volontari, i vostri amici sostenitori, un testimonial o ambasciatore (per i più fortunati), spieghino i perché della loro scelta da declinare sui diversi social network.

## Cosa non dimenticare

La parola chiave è integrare. Il digital è tanto ma non è tutto quindi non vanno dimenticati:

- l'uso di media tradizionali (televisione, radio, stampa e affissione);
- materiale cartaceo da distribuire in ogni possibile occasione;
- le attività di ufficio stampa e pubbliche relazioni.



**INTEGRARE!**  
**COMUNICARE!**  
**CONDIVIDERE!**



La strategia di comunicazione *online*, come anticipato, deve necessariamente essere integrata con la comunicazione *offline*.

Di seguito alcune indicazioni pratiche:

## • Locandina

Si consiglia, se previsto dal budget, la stampa della LOCANDINA promozionale della campagna del 5x1000 in formato manifesto da posizionare all'ingresso della struttura in modo che sia visibile a tutti coloro che entrano.

Si consiglia la stampa della LOCANDINA in numero sufficiente per averne sempre disponibili sul front-desk all'ingresso della struttura da distribuire a volontari, familiari, amici, visitatori, collaboratori, etc.

LOGO

**5x1000 MODI PER**  
ESSERE AL NOSTRO FIANCO MENTRE DIVENTIAMO INDIPENDENTI E  
AUTORAPPRESENTANTI DEI NOSTRI DIRITTI

LA TUA FIRMA È...  
**LA NOSTRA INDIPENDENZA!**

Dona il tuo 5.1000 a

Nome

CODICE FISCALE

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Si consiglia inoltre di distribuire la LOCANDINA ai commercianti, ai Caf locali, agli studi professionali, alle farmacie, ecc. allo scopo di abbracciare un pubblico il più vasto possibile.

# STRUMENTI OFFLINE

- **Cartolina/biglietto da visita**

Se previsto dal budget, si può pensare alla realizzazione e stampa di cartoline e/o biglietti da visita da consegnare ai propri interlocutori, mantenendo al loro interno lo stile e lo slogan utilizzato per la locandina e provvisto dei contatti utili dell'Associazione.



- **Promozione a costo zero**

Lo strumento più importante per la promozione offline, in questo caso a costo zero, è senza dubbio il passaparola. Partendo dal presupposto che ciascun associato, volontario, sostenitore, amico, collaboratore è un punto di riferimento importante per la nostra organizzazione, è necessario sensibilizzarli e motivarli a coltivare la relazione di fiducia che li lega all'Associazione.

Un altro canale di promozione della campagna 5x1000 molto importante è quello rappresentato dalle **testate giornalistiche locali**.

Si suggerisce pertanto di fare richiesta di uno spazio, preferibilmente a titolo gratuito, all'interno delle loro pubblicazioni offline (ove possibile anche online).

## Organizzazione del materiale promozionale presso la sede

Bisogna fare in modo che il materiale promozionale della campagna del 5x1000 sia **ben visibile a chiunque** entri in sede: volontari, famiglie, amici, operatori, fornitori, etc.

Non dimenticate di **consegnare sempre il materiale del 5x1000** spiegandone modalità e finalità al fine di accrescere il consenso dell'interlocutore nei confronti dell'Associazione.

È fondamentale che il materiale di comunicazione prodotto venga distribuito a chiunque, coinvolgendo tutto lo staff, le famiglie, i fornitori, le reti personali ecc. nella promozione della campagna del 5x1000 al fine di incentivare il passaparola.

Infine, tutti dovranno essere pronti a spiegare la modalità di compilazione dei moduli per ciò che riguarda il 5x1000.

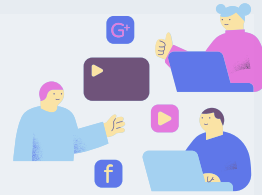


Al fine di ampliare il bacino di contatti, si può implementare un piano comunicativo che preveda il coinvolgimento di ditte individuali/commercianti ma anche professionisti della zona.

Agli esercenti di tali attività e servizi non sarà richiesto un impegno in termini economici, ma la sola disponibilità a:

- veicolare la comunicazione del 5x1000 presso tutti i dipendenti e collaboratori;
- proporre il sostegno della campagna 5x1000 anche ai loro fornitori e clienti.





## MODALITÀ:

- stilare un elenco di imprese, attività commerciali e ditte individuali con cui si è attualmente in contatto e altre aziende presenti sul territorio identificandone i contatti (e-mail e numero di telefono) e individuare inoltre i CAF o gli studi di professionisti che supportano i contribuenti;
- inviare una lettera (a firma del presidente dell'associazione) in cui si richiede una piccola collaborazione per la distribuzione dell'informativa della campagna 5x1000 a tutti i loro dipendenti, clienti e fornitori ed eventualmente l'inserimento del banner sul loro sito;
- qualora l'azienda o il professionista rispondesse in modo positivo alla richiesta di collaborazione, inviare il materiale promozionale (via e-mail o cartaceo).

**IMPORTANTE:** Monitorare le risposte alle proposte e ringraziare sempre e comunque (potrebbero non farlo quest'anno ma pensarci per l'anno prossimo). Qualora l'azienda non rispondesse alla vostra prima e-mail si consiglia un follow-up telefonico.



L'azienda, ditta, professionista e/o commerciante avrà a disposizione quindi, una lettera che informerà i destinatari di questa collaborazione e suggerirà loro le finalità della campagna del 5x1000. La lettera potrebbe essere co-firmata dall'azienda e dall'associazione, ed inviata insieme al materiale grafico promozionale realizzato. Conterrà un invito ad essere inoltrata cosicché ogni dipendente potrà decidere a sua volta di promuovere la campagna "girandola" a colleghi, parenti ed amici.

È inoltre importante sottolineare come la lettera e le locandine dovrebbero essere destinate a tutti i centri CAF locali e studi di dottori commercialisti, in modo che possano esporre al loro interno la campagna 5x1000 di Anffas e veicolare in modo diretto la nostra comunicazione.



# STAFF DEDICATO ALLA CAMPAGNA

Importante per il successo della campagna è la predisposizione di uno staff o di un gruppo di lavoro - composto da operatori, collaboratori e/o volontari - incaricati di pianificare, gestire e monitorare le attività di raccolta fondi poste in essere.

Il personale incaricato avrà il compito e la responsabilità di preparare il progetto della campagna, monitorarne l'andamento e i risultati finali nonché di interfacciarsi con gli uffici preposti alle diverse attività contemplate in occasione del periodo della raccolta fondi (es. *area comunicazione, ufficio amministrativo, area del personale, etc.*).

È di fondamentale importanza la formazione costante e continuativa nel tempo dello staff preposto alla raccolta fondi al fine di permettere un'acquisizione di conoscenze e competenze utili per la programmazione a lungo termine delle attività.

È solo attraverso la continua messa alla prova e formazione che si possono acquisire quelle informazioni che danno continuità alle attività di fundraising.

**TESTARE ED IMPARARE DAI PROPRI ERRORI ACQUISENDONE LE  
CONOSCENZE PRIMA DEGLI ALTRI!!!**



## ULTERIORI INDICAZIONI

Si suggerisce di scegliere un progetto preciso a cui andrà destinato il 5x1000 e comunicarlo all'interno del materiale promozionale (online e offline).

*Ad esempio: attività volte a promuovere l'inclusione sociale, acquisto di nuove attrezzature, finanziamento di specifiche attività progettuali, supporto allo sportello SAI, etc.*

Comunicare ad un possibile donatore il progetto che si ha in mente di realizzare è importante in quanto trasmette trasparenza e concretezza. Il donatore, sapendo esattamente a cosa sarà devoluta la sua donazione, è più propenso a destinare il suo 5x1000.

Si raccomanda infine di utilizzare nelle comunicazioni il proprio logo (fornito dallo Staff di Anffas Nazionale) per garantire un'omogeneità comunicativa su tutto il territorio nazionale rispettando quanto sotto riportato come esempio.



The logo for Anffas, featuring the word "Anffas" in a bold, blue, sans-serif font. The background of the entire page is decorated with large, overlapping circles in shades of pink, blue, and yellow. Faint icons are visible: a family of three (two adults and a child) in a pink circle, a house in a blue circle, and a lightbulb in a yellow circle.

# Anffas<sup>®</sup>

PER MAGGIORI INFORMAZIONI:

Area Relazioni Istituzionali,  
Advocacy e Comunicazione e *Fundraising*

Tel. 063611524 - 063212391

e-mail: [comunicazione@anffas.net](mailto:comunicazione@anffas.net)

Anffas Nazionale

Via Latina, 20 - 00179 Roma (RM)

Tel. 06/3611524 - 06/3212391

[nazionale@anffas.net](mailto:nazionale@anffas.net)

[www.anffas.net](http://www.anffas.net)



@AnffasNazionale



@AnffasNazionale



@anffas\_nazionale